



LEAD NURTURING

Optimización



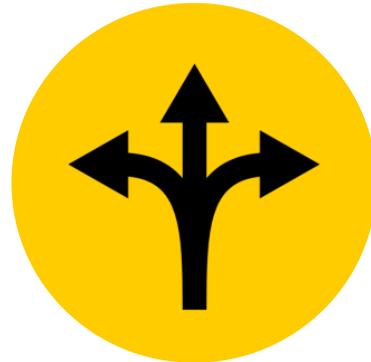
Optimización del *lead nurturing*

Existen **tres pilares básicos** a dominar para realizar un proceso de *lead nurturing* correcto y optimizado. El primero consiste en la **generación masiva de contenido de calidad**: activos, publicaciones, etc. a los que recurrirán nuestros *leads* para informarse sobre nuestra actividad.



Optimización del *lead nurturing*

Otro de los pilares fundamentales consiste en **diversificar nuestras vías de llegada** hacia nuestros *leads*. Es **aconsejable** no utilizar siempre la misma vía para ofrecer contenidos a nuestros leads. Siendo contenidos diversos, podemos utilizar el mailing, las redes sociales, las publicaciones periódicas, etc.



Optimización del *lead nurturing*

El **tercer pilar** incluye el factor de la **frecuencia de llegada**. Cuanto más frecuentes sean nuestras publicaciones y la entrega a nuestros *leads* (con medida), más notable será nuestra **presencia** para ellos.



Optimización del *lead nurturing*

Así, los **procesos de optimización** del *lead nurturing* se pueden resumir en:

- Producir **más contenido**
- Entregarlo a nuestros *leads* a través de **más vías**
- Con **más frecuencia**



mrktic

Buen marketing

<http://mrktic.org>

